

Министерство образования Республики Беларусь
Полоцкий государственный университет

**УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ:
МЕЖДУНАРОДНЫЕ И НАЦИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ**

Электронный сборник статей
III Международной научно-практической online-конференции

(Новополоцк, 18–19 апреля 2019 г.)

Новополоцк
Полоцкий государственный университет
2019

Устойчивое развитие экономики: международные и национальные аспекты
[Электронный ресурс] : электронный сборник статей III Международной научно-практической online-конференции, Новополоцк, 18–19 апреля 2019 г. / Полоцкий государственный университет. – Новополоцк, 2019. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

Впервые материалы конференции «Устойчивое развитие экономики: международные и национальные аспекты» были изданы в 2012 году (печатное издание).

Рассмотрены демографические и миграционные процессы в контексте устойчивого развития экономики; обозначены теоретические основы, практические аспекты управления человеческими ресурсами; выявлены и систематизированы драйверы инклюзивного экономического роста в Беларуси и за рубежом; раскрыты актуальные финансовые и экономические аспекты развития отраслей; приведены актуальные проблемы и тенденции развития логистики на современном этапе; отражены современные тенденции совершенствования финансово-кредитного механизма; освещены актуальные проблемы учета, анализа, аудита в контексте устойчивого развития национальных и зарубежных экономических систем; представлены новейшие научные исследования различных аспектов функционирования современных коммуникативных технологий.

Для научных работников, докторантов, аспирантов, действующих практиков и студентов учреждений высшего образования, изучающих экономические дисциплины.

Сборник включен в Государственный регистр информационного ресурса. Регистрационное свидетельство № 3061815625 от 23.05.2018.

Компьютерный дизайн обложки М. С. Мухоморовой.
Технический редактор Т. А. Дарьянова, О. П. Михайлова.
Компьютерная верстка И. Н. Чапкевич.

211440, ул. Блохина, 29, г. Новополоцк, Беларусь
тел. 8 (0214) 53 05 72, e-mail: a.lavrinenko@psu.by

ЛОГИСТИЧЕСКИЙ ПОДХОД В ОРГАНИЗАЦИИ СОТРУДНИЧЕСТВА ПРЕДПРИЯТИЙ С ПОСТАВЩИКАМИ

А.В. Курлыкова, канд. экон. наук, доц.,

Л.А. Солдатова, канд. экон. наук, доц.,

Оренбургский государственный университет, Россия

С поставщика начинается логистическая цепь, а закупки - это основной механизм координации материального потока между потребителями и поставщиками. Если первое звено работает ненадежно, последствия отзовутся и на последнем звене цепи. Поэтому, с одной стороны, к выбору поставщика нужно подходить предельно взвешенно. Но, с другой стороны, если отношения выстраивались на протяжении нескольких лет, не следует видеть в поставщике только источник дополнительной прибыли за счет снижения его отпускных цен. Краткосрочные контракты, отсутствие долгосрочного планирования и обязательств, на самом деле – иллюзия независимости и «короткого поводка» в отношениях с поставщиком. Он ответит такой же эгоистичной, жесткой позицией и, в конечном итоге, может легко перевести вектор своих отношений к вашему конкуренту. Поэтому, первый период «знакомства» (5-6 лет) должен обязательно перейти в стадию зрелого сотрудничества на основе долгосрочного, обстоятельного контракта, с учетом как взаимных требований, так и взаимной выгоды. Очень часто, этот переход не обозначается. Контракты продолжают заключаться сугубо формально, нередко без участия логистов. Секрет успеха многих компаний, успешно завоевывающих просторы российского рынка – долгосрочные, партнерские отношения с поставщиками.

Организация может выжить только в том случае, если будет разрабатывать и изготавливать продукцию, которая превосходит продукцию конкурентов. Логистика влияет на время выполнения заказов, на наличие продукции, на ее себестоимость, на поддержку потребителей и т.д., а тем самым на то, как потребитель в целом воспринимает продукт. В этом смысле закупочная логистика фактически вносит заметный вклад в разработку, характеристики, воспринимая ценность продукта и степень его успеха [1].

Целью организации сотрудничества предприятий с поставщиками является надежная поставка необходимых ресурсов. Исходя из этого, можно выделить ряд конкретных задач:

- создание надежного и непрерывного материального потока на входе организации;
- тесное взаимодействие с подразделениями, использующими эти материалы, развитие взаимоотношений и понимание запросов;
- поиск подходящих поставщиков, тесное взаимодействие с ними и формирование выгодных отношений;
- договоренность о хорошей цене и условиях поставок;
- быстрое перемещение материалов через цепи поставок, экспедирование доставок в случае необходимости, постоянное отслеживание текущих условий, в том числе ожидаемого роста цен, возникновения дефицита, разработки новых продуктов и т.д.

Каждой организации необходимо получать материалы, за поступление которых отвечает закупочная логистика. Если закупки осуществляются неэффективно, материа-

лы не поступают или поступают с браком, с опозданием или ранее назначенного срока, с низким качеством, по неконкурентной цене, то это не позволяет удовлетворять потребителей и получить ожидаемый финансовый результат [2].

Как показывают исследования, около 60% резервов совершенствования организации находятся в области закупок. Остальные 40% можно найти в управлении, организации производства, логистике и других областях деятельности. То есть закупки непосредственно отвечают за большую часть расходов компании, и даже небольшие улучшения в этой области могут принести существенные выгоды [3].

Принято считать, что наиболее важная часть закупок – это выбор надежного поставщика. Обычно организации ищут поставщиков, которые:

- финансово стабильны и их деятельность имеет долгосрочные перспективы;
- способны и имеют мощности для поставки необходимых материалов;
- без ошибок доставляют требуемые материалы;
- отправляют материалы с гарантированно высоким качеством;
- обеспечивают надежную и своевременную поставку, выполняя заказы на короткое время;
- предлагают приемлемые цены и условия финансирования;
- гибко реагируют на запросы потребителей и возникающие изменения;
- имеют достаточный опыт работы с необходимой вам продукцией;
- имеют хорошую репутацию;
- имеют удобную и легкую систему закупок;
- ранее добивались успеха и могут формировать долгосрочные отношения.

Типичной ошибкой при работе с поставщиками является стремление работать со всеми поставщиками одинаково, что абсолютно недопустимо при стремлении осуществления успешной закупочной логистики. Руководители чаще всего выбирают тот или иной тип отношений с поставщиком с учетом следующих факторов:

- интуиция («мне так кажется»);
- индивидуальная предрасположенность руководителя (кому-то проще устанавливать партнерские отношения, кому-то – оппортунистические);
- расстановка рыночных сил (я слабый – под всех прогибаюсь; сильный – все должны прогибаться под меня);
- личная симпатия или антипатия к руководителю или представителю поставщика.

Исходя из этих факторов, предприятие во многом строит отношения со своими поставщиками по наитию и ожидает от отдела закупок постоянного снижения затрат, повышения качества закупаемой продукции, сокращения сроков поставки и т. д.

Можно выделить несколько вариантов сотрудничества с поставщиками []:

1. Занять жесткую позицию на переговорах о закупке и стараться получить самые лучшие условия, невзирая не на что. Такие отношения, выстраиваемые по принципу экономической целесообразности, называются оппортунистическими. Этот подход в краткосрочной перспективе может дать положительные результаты, но в долгосрочной не всегда эффективен.

2. Второй вариант сотрудничества – партнерство. Создание партнерских отношений необходимо, если речь идет о стратегических материалах или товарных группах.

Сравнительный анализ этих видов сотрудничества представлен в таблице 1.

Таблица 1. - Преимущества и недостатки основных видов сотрудничества

Тип отношений	Преимущества	Недостатки
Партнерские отношения	<ul style="list-style-type: none">- стремление обоих предприятий помогать друг другу;- совместная реализация долгосрочных стратегий;- способность к внедрению системных инноваций	<ul style="list-style-type: none">- снижается возможность маневра: при принятии тактических решений необходимо учитывать стратегические последствия;- управление партнерскими отношениями требует больших затрат
Оппортунистические отношения	<ul style="list-style-type: none">- поддержание активной конкурентной борьбы, снижение издержек по сделкам;- простота смены поставщика, если получателя перестанут удовлетворять цена качество или сам продукт или услуга	<ul style="list-style-type: none">- ограниченные возможности совместных действий;- риск симметричного ответа при изменении рыночной ситуации

Тип отношений с поставщиком, а, следовательно, и переговорную стратегию, гораздо дальновиднее выбирать сознательно, с учетом анализа целого ряда факторов как внутренней, так и внешней среды предприятия.

Оппортунистические отношения подходят для работы с нестратегическими материальными или товарными группами, а также для закупки простых продуктов с высокой степенью стандартизации, особенно если поставщики имеют свободные мощности или проблемы со сбытом продукции.

Если объекты снабжения поступают из отраслей, которые работают с комплексными продуктами, имеющими низкую степень стандартизации, то очень часто требуется создание партнерских отношений с поставщиками. Устанавливать партнерские отношения рекомендуется также в случаях, если снабжение получает продукты и услуги с развивающихся или монополизированных рынков, недостаток ресурсов на которых может привести к созданию «узких мест» при снабжении.

Выбрав поставщика и заключив соглашения о закупках, организация следует определенной процедуре, так называемому циклу закупок, который представлен на рисунке 1.

Представленный алгоритм позволяет наиболее эффективно строить взаимоотношение с поставщиками и осуществлять закупочную деятельность с минимальными издержками.

Процесс организации сотрудничества предприятий с поставщиками можно представить как циклический процесс, который опирается на пять правил закупки (рисунк 2).

Время. Всегда признавалось, что запасы удорожают производство, а преуспевающие промышленные организации убедились на собственном опыте в целесообразности согласовывать темпы поставок материалов с темпами их расходования.

Качество. Оно должно соответствовать назначению поставляемого продукта. Британский институт стандартов определяет качество следующим образом: «Качество – совокупность свойств и характеристик товара/услуги, которые придают ему способность удовлетворять определенную потребность».



Рисунок 1. – Процесс взаимодействия предприятия с поставщиками

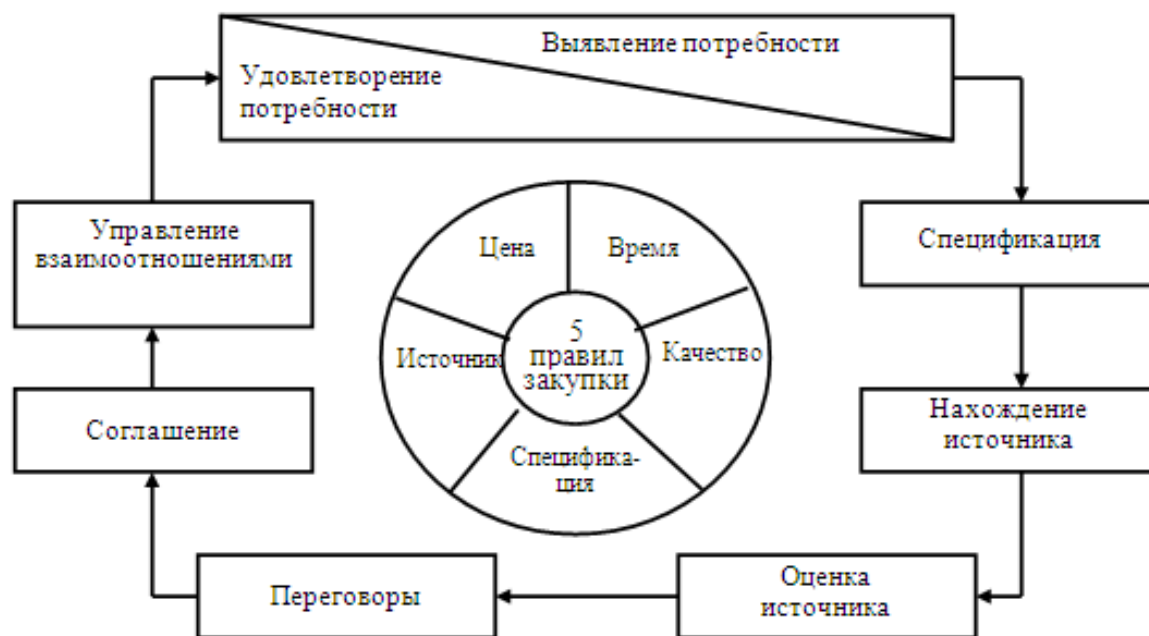


Рисунок 2. - Схема процесса организации сотрудничества предприятий с поставщиками

Спецификация. В спецификации следует точно определить желание потребителя с точки зрения количества и качества товара.

Что касается источника поставки и цены, то эти аспекты подробно обсуждались при рассмотрении задачи выбора поставщика [4].

Таким образом, предприятия сегодня самостоятельно строят систему взаимодействия с поставщиками и определяют договорные формы, так же, как и регулируют всю свою хозяйственную деятельность, разумеется, в соответствии с действующим законодательством. Они же устанавливают собственные правовые конструкции оценки хозяйственной деятельности, на основе которых строится система внутрифирменного расчета, определяются меры поощрения, формирование использования внутрифирменного дохода и т.д. Оценка состояния связей с поставщиками остается необходимым элементом деятельности любого хозяйствующего субъекта. Ее значение и роль усилились и приобретают еще больший смысл в условиях рыночного хозяйства, потому что, только опираясь на достоверные, постоянно учитываемые сведения как о производственном использовании и реализации материальных ресурсов, так и о полученных результатах, можно принимать решения об изменении направления производства или его обновления, перемещения капитала, соответствующие конъюнктуре рынка.

Список использованных источников

1. Логистический подход к управлению экономическими субъектами [Электронный ресурс] : монография / [И. Н. Корабейников и др.]; [отв. ред. Ж. А. Ермакова] М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. образования "Оренбург. гос. ун-т". - Оренбург : ОГУ. - 2018.
2. Пожидаева, М. С. Особенности закупочной деятельности промышленного предприятия: логистический аспект [Электронный ресурс] / Пожидаева М. С., Курлыкова А. В. // Промышленность: новые экономические реалии и перспективы развития : сб. ст. Всерос. науч.-практ. конф. (с междунар. участием), 17 мая 2017 г., Оренбург: в 2 ч. / М-во образования и науки РФ, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. образования "Оренбург. гос. ун-т". - Электрон. дан. - Оренбург: Агентство Пресса, 2017. - Ч. 1. - С. 165-171.
3. Воронова, Д.Ю. Формирование оценочной системы для диагностики цепей поставок предприятия / Д.Ю. Воронова, Л.А. Солдатов // Экономика и предпринимательство, 2017. - № 8, Ч. 1. - С. 489-495.
4. Воронова, Д.Ю. Основные подходы к оценке эффективности функционирования цепей поставок / Д.Ю. Воронова, Л.А. Трифонова // Проблемы формирования единого научного пространства : сб. ст. Междунар. науч.-практ. конф., 5 мая 2016 г., Волгоград / отв. ред. А.А. Сукиасян. - Электрон. дан. - Волгоград: Аэтерна, 2017. – В 4-х ч., Ч. 1. - С. 49-53.